

Erfaringer fra frivilligheten om sosiale medier og personvern på Facebook

Frivillighet Norge



Samarbeidsforumet for de frivillige organisasjonene i Norge



Over 350 medlemsorganisasjoner med tilsammen over 50.000 lag og foreninger.



Sekretariat for Frivillighetens år 2022



Tilsammen 20 ansatte

Frivillighet Norge



Frivillighet
Norge

Hvem er frivilligheten?

- 100.000 lag og foreninger i Norge
- Organisert i rundt 1600 organisasjoner
- Nasjonale ledd, regionledd, lokale lag og foreninger, lokale organisasjoner.
- Felles: er ikke skapt for å tjene penger, men for å tjene et formål.



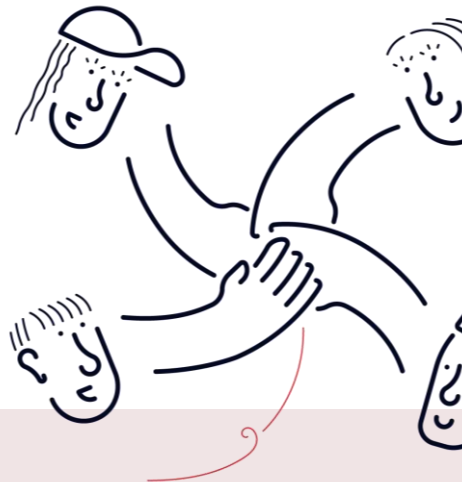
Alle har noe på hjertet

- Tusenvis av hjertesaker og formål
- Ikke alt er viktig for de mange, men alt er viktig for noen.
- Trenger å nå frem til de «noen»



Kommunikasjon «der folk er»

- Synlighet
- Formidle kjernesak/formål
- Dialog
- Være relevant
- Bli fler
- Invitere til arrangementer
- Pengeinnsamling



Frivillighet Norge på Facebook

- 5 Facebooksider (tilsammen litt over 100.000 følgere)
- 3 Facebookgrupper (860 medlemmer)



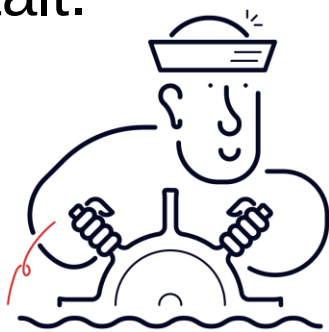
Alternativer til Facebook

- Andre SOME-kanaler: møter samme utfordringer som Facebook.
- Tradisjonelt media: vanskelig å få ut budskapet ditt slik du vil
- Kostbart og/eller tidkrevende
- Når andre målgrupper.



Tiltak for personvern på Facebook

- Rask rydding i kommentarfelt om det kommer kommentarer som er utleverende
- Jevnlig sletting av meldinger som er utleverende
- Aldri tagging av privatpersoner i innlegg såfremt det ikke er avtalt.
- Bare bruk av godkjente bilder
- Usikker på bruk av pixel



Hvor mye ansvar skal vi ta?

- Ansvar for at folk ikke leser brukervilkårene i en løsning?
- Ansvar for at det at noen liker, følger eller kommenterer på en side eller innlegg, sier noe om dem?
- Ansvar for personaen som algoritmene til Facebook lager på dine følgere?



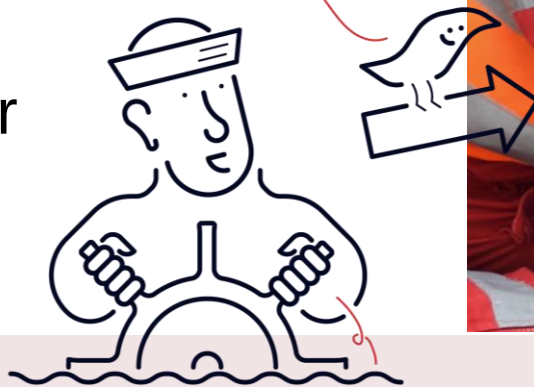
Frivillighetens utfordringer

- Uklart regelverk, krevende å orientere seg i.
- Redd for å være den som velger bort noe andre ikke velger bort og dermed bli mindre relevant.
- Alle er litt forskjellige, vanskelig å lage en bransjenorm.



For å gjøre sin egen vurdering av tilstedeværelse på sosiale medier treger frivilligheten:

- Tydelige regler det er lett å skjønne og følge
- God veiledning for hvordan man følger dem
- Tydelige og klare signaler på hva som er greit og ikke greit



Takk for seg